

UNIVERSITÄT RIJEKA
PHILOSOPHISCHE FAKULTÄT
ABTEILUNG FÜR GERMANISTIK

Wie beeinflusst die Sprache unser Denken?

Manipulation durch Sprache, anhand ihrer Anwendung in den Medien, am
Beispiel der Politik

Bachelor-Arbeit

Verfasst von:

Marija Lučić

Betreut von:

Dr. sc. Suzana Jurin

Rijeka, August 2018

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
2 Frage: Was beeinflusst was? Beeinflusst die Sprache das Denken oder das Denken die Sprache?.....	3
3 Sprache der Medien	5
4 Manipulation.....	6
4.1 Sprachmanipulation	6
4.2 Wie funktioniert die Manipulation durch Sprache?.....	7
4.3 Formen und Methoden der Manipulation	8
4.4 Warum eignet sich Sprache so gut zur Manipulation?	9
5 Manipulation durch die Sprache der Medien	10
6 Sprachmanipulation in der Politik	13
6.1 Sprachstrategien in der Politik	14
7 Chomskys Theorie der Manipulation durch Medien	16
8 Beeinflussung und Sprache in der Politik.....	19
8.1 Beispiele der Manipulation (Text – Kontext)	19
8.2 Analyse der Manipulation durch sprachliche Mittel - Pronomengebrauch als Manipulationsmittel	21
9 Die Sprache der Medien beeinflusst das Denken	23
10 Zusammenfassung	25
11 Literaturverzeichnis	27
12 Quellenverzeichnis	28

1 Einleitung

Das Thema dieser Abschlussarbeit ist: „Wie beeinflusst die Sprache unser Denken - die Manipulation durch Sprache anhand ihrer Anwendung in den Medien, am Beispiel der Politik“. Es wurde gerade dieses Thema gewählt, weil das Verhältniss von Sprache und Denken die Menschen schon immer interessiert hat, besonders in der Verknüpfung mit Manipulation. Es ist bekannt, dass man unendliche Mittel zur Manipulation nutzen kann, doch Sprache ist eine der mächtigsten und stärksten. Warum? Beispeilswiese kann man eine Situation nehmen, wo man jeden Tag in den Werbungen überredet wird, etwas zu kaufen, oder eine Situation im alltäglichen Leben, wo einen zum Beispiel die Freunde, mit denen man ein Gespräch führt, überreden etwas zu tun. Doch, wenn es um dieses Thema geht, haben die Medien eine besondere Macht. Sie können mit diversen Mitteln das Denken mit Hilfe von Sprache manipulieren. Wenn man dies noch in Verbindung mit der Politik einsetzt, kann man Zeuge oder auch „Opfer“ der Sprachmanipulation werden.

Ziel dieser Arbeit ist, verschiedene Formen und Methoden des manipulativen Gebrauchs der Sprache zu zeigen, besonders in den Medien, genauer im Bereich der Politik. Außerdem wird gezeigt, wie leicht die Gesellschaft, bzw. die Menschlichkeit in dieser Sphäre beeinflussbar ist.

Angefangen wird mit dem Verhältniss von Sprache und Denken, wo sich die Frage stellt, was beeinflusst was? Beeinflusst die Sprache das Denken oder beeinflusst das Denken die Sprache? Dazu haben die Linguisten Sapir und Whorf eine Hypothese erstellt, in der sie über dieses Thema diskutieren. Ihre Hypothese besagt nähmlich dass die Sprache das Denken formt. Folglich wird etwas über die Sprache der Medien gesagt und es wird weiter in der Arbeit auf den Begriff der Manipulation fokussiert. Was muss eine Sprachhandlung überhaupt enthalten um als manipulativ bezeichnet werden zu können? Folgend wird der Begriff der Sprachmanipulation und ihre Funktion weiter erläutert und die Grundelemente und Formen präsentiert, wo gezeigt wird, warum sich die Sprache so gut zur Manipulation eignet. Wie schon gesagt, funktioniert Sprachmanipulation sehr gut in der Verbindung mit der Politik, wo verschiedene Mittel eingesetzt werden - wie bestimmte Sprachstrategien, Werbungen und natürlich vor allem, gut vorbereitete Reden. Ebenfalls spielt hier die Medienpräsenz eine große Rolle,

weil ohne sie wäre es viel schwerer mit größeren Menschenmassen zu manipulieren und wenn alles übereinstimmt, ist es möglich zum Erfolg zu kommen.

Eine wichtige Theorie, ohne die, diese Arbeit nicht vollständig wäre, ist Chomskys Theorie der Manipulation durch Medien, wo er zehn Strategien aufzählt, die hier gezeigt und erklärt werden.

Schließlich wird ein Beispiel gezeigt, wo man sehen kann, wie die Sprachmanipulation in den Medien am Beispiel der Politik angewendet wird, im Verhältniss von Text – Kontext, wo zusätzlich analysiert und gezeigt wird, mit welchen genauen Mitteln manipuliert wurde.

Zum Schluss wird die Frage beantwortet, die am Anfang gestellt wurde, unswar, ob die Sprache das Denken beeinflusst oder umgekehrt. Zusammenfassend wird in der Arbeit zu sehen sein, dass es doch die Sprache, bzw. die Sprache der Medien ist, die das Denken beeinflusst. Abschließend wird das Thema kurz zusammengefasst, im Sinne, das die wichtigsten Termine noch einmal betont werden und auf einige interessante Fragen und eventuelle Probleme zurückgekommen wird, die im Laufe der Arbeit aufgetaucht sind.

2 Frage: Was beeinflusst was? Beeinflusst die Sprache das Denken oder das Denken die Sprache?

Die Antwort von Sapir und Whorf auf diese Frage wäre, dass die Sprache das Denken beeinflusst. Die beiden Linguisten haben sich viel mit diesem Thema beschäftigt und dies ist nur eine ihrer vielen Hypothesen. Laut Kay und Kempton, besagt sie dass die Art und Weise auf die wir denken, durch unseren Wortschatz und die Grammatik, die wir in unserer Muttersprache benutzen, stark beeinflusst wird. Das Denken ist eine psychologische Grundfunktion, die geistige Modellbilder bildet, die sich aufeinander beziehen. Dazu zählen psychologische Funktionen, wie zum Beispiel unsere Vorstellungskraft, Inhalte des Bewusstseins, Reflektionen, Erinnerungen, Schlussfolgerungen, Wahrnehmungen und andere. Eigentlich ist es sehr schwierig die Sprache und das Denken von einander zu trennen. Der Wortschatz einer bestimmten Sprache und die begrenzte Zahl von Satzbauplänen ermöglichen uns Aussagen verschiedenster Art, zu gestalten. Mit anderen Worten gesagt, man hat die Möglichkeit mit endlichen sprachlichen Mitteln einen unendlichen Gebrauch zu gestalten und das nennt man Sprachkreativität. (Kay 1984: 65-67)

Zurück zu der Sapir-Whorf Hypothese¹; die aus zwei Thesen zusammengefasst ist. Die erste ist das Prinzip der sprachlichen Relativität und die zweite, die Abhängigkeit der Begriffsbildung der Sprache. Die erste These besagt, dass Sprachen wie Netze sind, die unterschiedlich auf die Wirklichkeit geworfen werden. Ebenfalls determiniert die semantische Struktur einer Sprache die Begriffsbildung, die man über die Welt hat. So bestimmt die Muttersprache, die man erlernt hat, die Erfahrung, das Denken und die Art auf die man handelt - und auf diese Weise vermitteln Menschen ihre Weltsicht. Die Menschen leben in verschiedenen Kulturen und sprechen unterschiedliche Sprachen. Diese Sprachstrukturen, wie schon bereits gesagt, prägen ihre Weltwahrnehmung auf diese Art und Weise in großem Ausmaß. Man sagt auch oft dass einen die Worte fehlen, um seine Gedanken ausdrücken zu können. Der berühmte Philosoph Ludwig Wittgenstein schrieb ebenfalls:

„Die Grenzen meiner Sprache bedeuten die Grenzen meiner Welt". (Wittgenstein 1999: 68).

¹ Kay P., Kempton, W.: What is the Sapir-Whorf Hypothesis? 1984.

Man sieht die Sprache als eine Art Grundlage für die Gedanken und so könnte man auch feststellen, dass ohne die Sprache, das Denken unmöglich wäre. Natürlich gibt es viele Dinge und Aufgaben, die man ohne zu sprechen erledigen könnte, doch diese haben auch ihre Grenzen. Es ist ein Thema das auch heute sehr aktuell ist, und Sprachwissenschaftler, Hirnforscher, Psychologen und Kognitionsforscher in großem Maße beschäftigt – und zu Recht, weil Worte, bzw. die Sprache einen mächtigen Einfluss auf das Denken hat. Mann kann mit Wörtern manipulieren und die Sprache kann sogar die Art, auf die man die Welt sieht, beeinflussen.

Dass die Sprache das Denken bestimmt, gibt es auch zahlreiche Beispiele dafür, von denen manche davon hier auch genannt werden. Es gibt immer mehr Beispiele und Hinweise dass Worte das Denken bestimmen und dass sie eine offensichtliche Wirkung auf die Menschen haben. Es gibt Situationen, in denen man die Macht der Worte ganz genau spüren kann, wonach man verletzt werden kann, berührt, getröstet, beängstigt oder sogar in Stress geraten kann. Doch, es gibt Situationen in denen man den Einfluss der Sprache, bzw. der Worte gar nicht wahrnimmt, und dass sind Situationen in denen man mit Menschen ganz gut manipulieren kann, weil ihre Wahrnehmung eben, subjektiv ist.

3 Sprache der Medien

Die Medien sind nichts anderes als Vermittler. Früher nur Radio, Zeitungen und Fernseher, heute aber noch das Internet, Soziale Netzwerke, Smartphones, Tablets und Computer, die für eine neue Art von Kommunikation benutzt werden. Mit Hilfe von Medien wird man unterhalten, informiert und man hat die Möglichkeit zu kommunizieren. Die Mediensprache ist ein Oberbegriff für die Sprachmittel, die in den unterschiedlichen Medien verwendet werden, wo man unterschiedliche Texttypen unterscheidet – wie, die Pressesprache, die Sprache der sozialen Netzwerke und die Werbesprache. Die Pressesprache besteht von unterschiedlichen Sprachformen und Stilformen, einige von ihnen haben sich durch die Zeit als zeitungstypisch entwickelt. Was die Sprache der sozialen Netzwerke betrifft, ist es zu einer bestimmten Medienrevolution gekommen, wo sich die kommunikativen Verhältnisse geändert haben, die zu neuen Kommunikationsformen und Textsorten geführt haben, als eine neue sprachliche Ausdrucksform. Wenn man aber über die Werbesprache redet, ist es wichtig zu sagen, dass sie sich mit verschiedenen Formen und Mitteln bedient, um bestimmte Assoziationen oder Gefühle hervorzurufen. Es wird keine Fachsprache benutzt, sondern die Alltagssprache, was eine ganz bestimmte Wirkung auf Menschen haben soll, weil ein Kontakt zwischen den Produzenten und den Kunden hergestellt werden sollte.

4 Manipulation

Zuerst wird etwas über den Begriff der Manipulation gesagt, um zu sehen, was man überhaupt als Manipulation versteht. Manipulation versteht man als Begriff - als eine gezielte Einflussnahme, auf die Steuerung des Verstehens, Verhaltens und Erlebens von Individuen oder Gruppen. Diese handeln dann nicht aus eigenen Überzeugungen und Einsichten. Manipulation gibt es in der Psychologie, Politik und Soziologie und so kann man alltäglich beeinflusst werden. Meistens verbindet man den Begriff der Manipulation mit einem negativen Kontext und falschen Absichten. Das manipulative Handeln ist immer intransparent. Manipulation „zwingt“ eine Handlung auszuführen, die man sonst nicht machen würde. Die Person wird über die eigentlichen Handlungsgründe getäuscht, womit seine Entscheidungsmöglichkeiten geschränkt werden. Wichtig ist es, mit einer bestimmten Handlung etwas zu erreichen, bzw. es soll ein bestimmtes Ziel damit erreicht werden.

4.1 Sprachmanipulation

Jetzt kommt man zu dem Begriff der Sprachmanipulation, der hier weiter erklärt wird. Die Sprachmanipulation versteht man als eine Veränderung der Sprache, die bewusst ist, um eine bestimmte Ideologie durchzusetzen. Die Sprachmanipulation erfolgt meistens durch Journalisten, Politiker und andere Interessengruppen, mit privilegierten Stellungen. Diese Art von Manipulation erfolgt in bestimmten situativen und semantischen Kontexten. Wenn man auf dem Niveau der Wortebene manipuliert, zeigt sich dies oft in der Verwendung von Schlagwörtern, Neologismen und mehrdeutigen Ausdrücken. Wenn man über die Satzebene spricht, dann sind folgende Verwendungen charakteristisch: die Verwendung von Phrasen, Zitaten und Stereotypen, und natürlich die Selbstaufwertung oder die Abwertung von Gegnern. Auf der syntaktischen Ebene liegt die Unterscheidung zwischen der Sprachmanipulation und der Manipulation durch die Rede. Wörter sind Elemente eines Sprachsystems und die Sätze gehören als Elemente zu der Rede. Die Sprache wird nur im ersten Beispiel manipuliert und der zweite Fall ist nur die Verwendung unseres Sprachsystems. In der Sprachmanipulation spielt auch die Rhetorik eine wichtige Rolle. (Elsen 2008: 447-454)

Jede Sprachmanipulation hat das Ziel Einstellungen und Meinungen neu herzustellen oder zu verändern. Eine solche Art von Manipulation kann verschiedene Folgen haben, abhängig vom Kontext in dem sie gebraucht ist.

4.2 Wie funktioniert die Manipulation durch Sprache?

Das Gehirn funktioniert so, dass es eigentlich in einen Nebeneinander einen Zusammenhang vermutet. Zum Beispiel, wird in aufeinanderfolgenden Aussagen ein Kausalzusammenhang hinein interpretiert, der in den meisten Fällen jedoch überhaupt nicht gemeint wurde. Jedenfalls nicht in dem Sinn, wie die gezielte Gruppe oder Person es verstanden hat. Aufeinanderfolgende Satzfragmente können zu Interpretationen führen, wo die Person einen eigenen Zusammenhang und Vorstellung erstellt. Beispiele dafür gibt es viele, hier wird einer aus der Pharmazie genannt, genauer eine Werbung oder Schrift für Schmerzmittel. „Voltaren - wieder Freude an Bewegung“- heißt der Satz. Diese Folge von Produktname und der Aussage erweckt bei den potenziellen Verbrauchern (als Zielgruppe), die unter Schmerzen leiden, das Gefühl dass sie nach der Anwendung des Produkts wieder Freude an Bewegung haben werden, weil sie keine Schmerzen mehr haben werden. Die meisten Produkte müssen bestimmte Gefühle erwecken, um das Kaufverhalten des Verbrauchers zu beeinflussen. Um dies zu schaffen, werden positiv konotierte Wörter oder “angenehme Aussagen“ angewendet. Solche Verbindungen wirken unbewusst und steuern das Verhalten der Verbraucher.

Noch eine interessante Methode ist die Methode der Fragen. Die Fragen zielen auf die Bedürfnisse oder Leiden der Verbraucher. Wenn der Konsument sich angesprochen fühlt, denkt er sich selbst „ja“ oder „nein“. Zum Beispiel fragt eine schmerzmittel Werbung: „Leiden auch Sie unter Rheuma?“. Und dann wird bei den Angesprochenen die Hoffnung erweckt, dass dieses bestimmte Schmerzmittel seine Schmerzen lindern kann, obwohl darüber nirgendwo die Rede ist.

Eine ganz beliebte Methode sind natürlich auch die Rhetorischen Mittel. Sie haben das Ziel, die Aufmerksamkeit zu wecken und helfen das Gesagte besser „im Gehirn“ zu behalten. Dazu gehören Anaphern, Reime und Dreierfiguren. Der Trick besteht darin, dass sie beeindruckend wirken. Die Verbraucher sind sich somit überhaupt nicht bewusst, wie viel Manipulationspotenzial in solchen Formen steckt. (Elsen 2008: 454)

4.3 Formen und Methoden der Manipulation

Es müssen bestimmte Bedingungen erfüllt werden, wenn man eine gezielte Manipulation gelingt ausführen will. Eine wichtige Rolle spielen natürlich auch die Umstände, unter denen die Beeinflussung ausgeführt werden sollte. Die drei Grundeigenschaften der Sprache, die eine Manipulation ermöglichen, sind die Virtualität, die Schematizität und die Sukzessivität.

Man konnte schon in den vorherigen Beispielen sehen, wie man auf geschickte Weise, mit bestimmten Ausdrucksformen manipulieren kann. Mit der Benutzung von Euphemismen kann man negativen Begriffen z.B. ganz leicht eine positive Bedeutung geben und folgend angenehme Emotionen auslösen. Im Gegensatz zu einem Euphemismus, wo man einer eigentlich negativen Situation eine positive Bedeutung gibt, ist die Pejoration ein Sprachmittel, mit der man eine negative Bedeutung im Zusammenhang mit dem Thema oder Begriff setzen kann. Als ein ebenfalls meist verwendetes Sprachmittel, wird auch die Bedeutung mehrdeutiger Ausdrücke benutzt. Das sind Wörter, die auf verschiedene und zahlreiche Arten interpretiert werden können, womit der Zuhörer oder Leser die Möglichkeit hat, das Gesagte so zu interpretieren und verstehen, wie es ihm lieber ist.

Der Empfänger gerät ebenfalls in eine „Falle“ wenn mit ihm, mit dem Gebrauch von der Neuschaffung von Wörtern oder mit den neugeschaffenen Bedeutungen von Wörtern, manipuliert wird. Das passiert deswegen, weil es zu neuen Verknüpfungen in den Gehirn und den Denken kommt, wenn es um den Sinn und der richtigen Bedeutung des Wortes geht.

Der Zuhörer liebt es auch, ein Gefühl von Gemeinschaft zu haben und deswegen wird oft das „Pluralis Auctoris“ verwendet. Am einfachsten erklärt, wird anstatt des Wortes „ich“, das Wort „wir“ benutzt. So bekommt der Zuhörer das Gefühl, dass er zu einer Gruppe gehört und es werden die Gefühle der Gemeinschaft und Zugehörigkeit in ihm erweckt.

In den vorherigen Beispielen konnte man sehen, dass es die verschiedensten Methoden gibt, um mit der Sprache zu manipulieren, dabei zählen gekonnte rhetorische Eigenschaften, Persuasion oder auch gute Verkaufstechniken. Doch, die beste Methode für eine gelungene Sprachmanipulation ist das Neuro-Linguistische Programmieren (NLP). Die Entwickler des NLP sind Richard Bandler und John Grinder, die die

erfolgreichsten Methoden verschiedener Therapierichtungen kombiniert haben, um Kommunikation gezielter beeinflussen zu können. Früher hat man die NLP Methode nur in der Psychotherapie benutzt, doch später entwickelte sich die Methode aus einer therapeutischen zu einer ganz neuen Anwendung, die in den verschiedensten Bereichen benutzt wird. Dazu zählen das Bereich der Politik, Medien, PR und Werbung. Das Ziel der NLP ist das menschliche Verhalten zu verändern und die wichtigsten Konzepte sind die Strukturen im Sprachgebrauch, Werte und die Art wie die Menschen sie wahrnehmen und natürlich, die Motivationsrichtungen. (Isert 2005: 28)

4.4 Warum eignet sich Sprache so gut zur Manipulation?

Menschen haben in ihren Gehirn und Gedächtniss eine ganz bestimmte Vorstellung von Objekten und der Umgebung, aus denen dann ihre Realität entsteht. Im Moment, wenn man diese Objekte benennt, werden sie Teil dieser Wirklichkeit. Danach werden sie mittels den Erklärungen in der Verknüpfung von Worten, für den Verstand greifbarer, in dem sie dann einen Sinn bekommen, um danach geordnete Zusammenhänge daraus herzustellen. Mit anderen Worten, erschafft die menschliche Sprache eine reale und eine vorgestellte Welt. Der Wortschatz hängt immer mit unseren Umfeld zusammen.

„Wenn wir das, worüber wir sprechen, mit einer Landschaft vergleichen, dann ist die Sprache so etwas wie eine Landkarte, ein Abbild oder ein Modell davon. Die geistigen Landkarten der Menschen unterscheiden sich in vielen Aspekten: in der Feinheit und Differenziertheit der Beschreibung, in den eingezeichneten Wegen, Assoziationen und Zusammenhängen, die gesehen werden.“ (Isert 2005: 27)

5 Manipulation durch die Sprache der Medien

Die Manipulation der Sprache durch Medien, Politik und Werbung funktioniert eigentlich oft durch ganz unbewusste Manipulationstechniken und Tricks, die zu der Psychologie, Sprache und Rhetorik gehören. Die erste Technik ist der *Priming-Effekt*; wo es darum geht, dass gewisse Reize dadurch „geprimt“ werden, so dass sie in das Gedächtnis gerufen werden und die Menschen sie deswegen auch eher abrufen. Die Werbung ist eigentlich eine Verwendung dieses Prinzips, zum Beispiel, in der Situation, wenn jemand angefragt wird, einen bestimmten Politiker zu nennen, dann würde man wahrscheinlich einen sehr bekannten Politiker nennen, wie Obama, Trump, Putin, Merkel oder irgendeinen anderen aktiven und aktuellen Politiker. Also, dass was in den Gehirnen der Menschen präsent ist, weil es vorher geprimt, bzw. zugänglicher für das Gehirn gemacht wurde, würden die Menschen eher auswählen.

Ein relativ ähnlicher, aber ein noch etwas erweiterter Effekt ist der zweite – der *Mere-Exposure Effekt* oder der Effekt der bloßen Darstellung. Bei diesem Effekt geht es darum, dass, wenn etwas mehrmals dargeboten wird, oder je öfter etwas dargeboten wird als Reiz, desto angenehmer nimmt man ihn wahr. Z. B. eine Unwahrheit die als Fakt präsentiert wird, wird von den Leuten als wahrscheinlicher und wahrer eingeschätzt, wenn sie öfter präsentiert wird. Eskiir Burck hat in seinem Buch „Das manipulierte Gehirn“ eine ganz interessante Studie gemacht, wo es darum ging, dass Menschen von einer bis drei Sekunden, Bilder von Personen eingeblendet bekommen hatten. In diesen Bildern wurden Personen gezeigt, bei denen man auf ihre Gesichtsausdrücke achten sollte, um später dazu Fragen beantworten zu können. Nach der Studie durften sich die Personen eine, von vier Wasserflaschen aussuchen, die sie mitnehmen durften, die jeweils von verschiedenen Marken waren, und die Forscher haben beobachtet, welche von den vier Flaschen genommen wurden. Die Personengruppe wurde jeweils in drei weitere Gruppen verteilt, und die erste Gruppe war die Kontrollgruppe, bei der nur die Bilder anderer Menschen gezeigt wurden, zweitens, die Gruppe bei der in sechs von den Bildern von Personen auch noch zusätzlich eine Wasserflasche einer bestimmten Marke ins Bild montiert wurde, und drittens, eine Gruppe, bei der zwölf Mal eine Wasserflasche von einer Marke präsentiert wurde. Bei der Gruppe, bei der die bestimmte Wasserflasche überhaupt nicht gezeigt wurde, wurde die Flasche auch selten genommen. Bei der Gruppe bei der die Flasche auf sechs Bildern zu sehen war, wurde die Flasche häufiger genommen, allerdings bei der Gruppe, die sie zwölf Mal präsentiert

bekam, wurde die Flasche doppelt so häufig genommen, als bei den anderen zwei Gruppen. Also, jede zweite Person hat diese bestimmte Wasserflasche vor den drei anderen gewählt. Das heißt, der Effekt wirkt so, dass durch das häufige darstellen von etwas, dies auch präsenter im Gedächtnis ist, und dann noch zusätzlich eine positive Konnotation bekommt. (Burck 2018: 43)

Der dritte Effekt, ist der Effekt der kognitiven Leichtigkeit. Der Effekt arbeitet auf dem Prinzip, je einfacher das Gehirn etwas verarbeiten kann, desto positiver und angenehmer nimmt es dies auch wahr. Hier wurden beispielweise Studien durchgeführt, bei denen eine Information präsentiert und geboten wurde, genauer das angebliche Geburtsjahr von Albert Einstein - einmal in einer ganz leicht lesbaren Schriftart und einmal in einer ganz schwer lesbaren Schriftart und man sollte dann sagen, ob dieser Satz wahr oder falsch ist. Die Aussagen die in einer schwer lesbaren Schriftart dargeboten waren, wurden öfter als falsch angekreuzt, als die, die den genau gleichen Inhalt hatten, die aber mit der leicht lesbaren Schrift geschrieben wurden. (Burck 2018: 100)

Damit kommt man zu dem vierten, den Anker-Effekt. Durch diesen Effekt lassen sich die Menschen immer wieder beeinflussen. Als Beispiel hat Burck in seinem Buch eine Aussage von Donald Trump genommen. Trump hat gesagt, dass es eine unglaubliche Arbeitslosenquote in den USA, von 42% gab, dass es die höchste Mordquote seit 47 Jahren gab und dass es ein enormes Handelsdefizit im Vergleich zu Kanada - von 17 Milliarden US Dollar gab. Das waren verschiedene „Anker“ die geworfen wurden, und auch wenn das nicht der Wahrheit entsprochen hat, trotzdem wirken diese „Anker“, besonders in den Bereichen, wo Menschen nicht wissen, wie die genauen Quoten eigentlich sein sollten. Also, zum Vergleich, die Arbeitslosenquote war nicht 42% sondern 4,6% gewesen, die Mordquote ist nicht die höchste seit 47 Jahren gewesen, sondern 30 Jahre zuvor, war sie fast doppelt so hoch wie im Jahr 2015., und das enorme Handelsdefizit 17 Milliarden US Dollar; war nicht 17 Milliarden; sondern es gab sogar einen Handelsüberschuss im Vergleich zu Kanada mit 8,1 Milliarden Dollar. Das heißt, die wahren Werte waren hier sehr weit von der Realität entfernt, aber dadurch dass sie „geankert“ wurden, gingen sie eher in die andere Richtung. (Burck 2018: 186)

Donald Trump, wurde nicht zufällig hier genannt, weil er nicht nur ein Politiker ist. Trump gilt für eine wichtige und eine der interessantesten Figuren in der Politik, nicht nur wegen seiner Kommunikationsweise, sondern auch wegen der Tatsache, dass er

eigentlich Unternehmer, TV-Produzent, Fernsehmanager und Moderator, neber seiner Karriere als Politiker, ist. Gerade deswegen ist seine Kommunikationsart und sein Auftritt in den Medien so spezifisch, da er schon erfahren in öffentlicher Rede ist und schon alle Methoden der Sprachmanipulation und die Arten der Beeinflussung mittels Sprache, kennt. Und man kann sagen, dass er sogar erfolgreich darin ist, was sein Sieg bei den US-Präsidenten Wahlen bestätigt. So kommt man langsam zum Thema der Sprachmanipulation in der Politik.

6 Sprachmanipulation in der Politik

Seit der Wahl von Donald Trump zum US-Präsidenten, wurde die ganze Welt Zeuge eines, einzigartigen, jedoch, unbegreiflichen Beeinflussungserfolgs. Es stellte sich die Frage, auf welche Weise konnte eine solche Person, trotz so vieler Lügen und Affären, der Präsident einer der mächtigsten Länder der Welt werden und was sind das für unbewusste Prozesse die dafür benutzt worden sind? Die Antwort ist eigentlich leicht, weil es die gleichen psychologischen Prozesse sind, denen wir auch eigentlich jeden Tag ausgesetzt sind.

Für einen erfolgreichen Politiker ist eine gekonnte und gute Kommunikation der Schlüssel des Erfolgs. Personen, die in ihren Ländern für ihre Politik bekannt sind, haben dies ihren Lidereigenschaften zu verdanken, ihren Charakter, und diese wurden immer durch ihre Kommunikation mit der Öffentlichkeit ans Licht gebracht. Ein Politiker kann nichts mit seinen fachlichen Wissen anfangen, wenn er dieses nicht der Öffentlichkeit zu präsentieren weis. Während sich in den meisten europäischen Ländern, besonders in den USA, die Politiker für ihre Reden gut vorbereiten und ihre Kommunikationskenntnisse immer weiter ausüben, sind die Bürger in Kroatien, Zeugen einer anderen Art von politischer Kommunikation. Die Politiker in Kroatien setzen mehr auf ihre „natürlichen Talente“, auf die mangelnde Kritik ihres Publikums und auf die Versuche der Diskreditierung des Gegners. Beispiele für Politiker, die als gute politische Sprecher gelten, sind definitiv Barack Obama, John Kennedy und Winston Churchill.

Die politische Rede hat ihre Wurzeln schon in den antiken Griechenland und schon dort gab es Politiker und Sprecher, die ihre Fähigkeiten dazu benutzt haben, um mit dem Publikum zu manipulieren. Die bekanntesten von ihnen waren die Sofisten, aber die erste politische Rede wurde von Demosten ausgeführt. (Kišiček 2018: 9-18)

Aristotel hat drei Arten von Überzeugung unterschieden:

1. Der Sprecher überzeugt mit den Worten, Argumenten, den Inhalt der Rede und der Wirkung auf den Verstand seines Publikums
2. Er überzeugt auch mit Hilfe der Wirkung auf die Laune des Publikums, auf die Emotionen, indem er eine bestimmte Laune und Emotionen bei dem Hörer erweckt
3. Er überzeugt mit seiner Glaubwürdigkeit (Kišiček 2018: 31)

Diese drei Arten wirken simultan im Prozess der Überzeugung und es ist schwer diese fest und klar auseinander zu bringen.

Das Publikum wird die Argumente einfacher und schneller annehmen, die bei ihnen eine positive Laune wecken und solchen Argumenten werden sie auch eher glauben. Eine der mächtigsten Mitteln der Überzeugung in der politischen Rede ist definitiv die Überzeugung mittels des Pathos – der Gefühle, die ein Sprecher beim Publikum auslöst. Es ist eine Art des Überzeugens, in der Emotionen die Hauptrolle spielen. Das Überzeugen kann so niemals nur mit Hilfe von Logik erfolgreich ausgeführt werden, sondern es muss die Wirkung auf die Emotionen des Hörers enthalten. Natürlich gibt es öffentliche Diskurse in denen es nicht wünschenswert ist, Gefühle auszulösen, besonders im Wissenschaftlichen Diskurs. Doch, der politische Diskurs kann nicht ohne die Wirkung auf die Gefühle ablaufen. Man sagt, dass noch kein Politiker die Wahlen gewonnen hat, aufgrund von Logik und Rationalität. Und diese Gefühle werden oft dafür genutzt, um mit dem Hörer, Leser, bzw. dem Publikum zu manipulieren.

Die Erscheinung von Donald Trump in der Politik hat die Frage der populistischen Rhetorik aktualisiert. Das Ziel der Rhetorik ist das Publikum zu überzeugen. Es wird eine Taktik ausgesucht, die den Mangel von Argumenten ersetzt, und die auf die Gefühle des Publikums wirkt. Der Kern von Trupms Rhetorik ist aber die Demagogie, es ist eine Rhetorik der Beschimpfung und Diskreditation des Opponenten.

6.1 Sprachstrategien in der Politik

Eine der Strategien ist der Manipulativer Einsatz von NLP und des FUD Konzepts in der Politik. FUD ist ein Konzept von Verkaufs- und Wahlkampfstrategien, dessen englische Bedeutung von Fear Uncertainty Doubt zu FUD abgekürzt wird. Das Konzept basiert sich auf dem Spiel von zwei Motivationsrichtungen: „Weg von“ und „Hin zu“- was man später in einen Beispiel hier im Text erkennen kann. Meistens wird die FUD Strategie von extrem rechts oder links orientierten Politikern in verschiedenen Situationen eingesetzt. Als Beispiel kann man das problem der Einwanderer nennen. Ein extrem rechts orientierter Politiker in einen Land, dass mit diesen aktuellen Problem der Flüchtlingspolitik zu kämpfen hat, könnte seine Argumente so darstellen:

„Die Grenzöffnung als eine Folge der EU, hat uns viele Nachteile gebracht (fear). Wir, als Staatsbürger wissen nichts über die Menschen, die über die Grenzen in unser Land kommen. Wir wissen nicht, ob sie für unsere Gesellschaft nützlich sind oder ob sie

kriminell sind und sich schwer integrieren (uncertainty). Es wird die Frage gestellt, ob wir sicher sind, dass alle Veränderungen, die uns die EU gebracht hat, für uns gut sind oder tragen sie viele Nachteile mit sich (doubt). Alle diese Nachteile werden wir aus der Welt schaffen, wenn sie unserer Partei ihre Stimme geben würden, damit wir gewinnen und für die Gerechtigkeit in unseren Land kämpfen können.“

Der letzte Satz zeigt deutlich den Schwung der Motivation von „Weg von“ zu „Hin zu“. Hier verspricht der Politiker seinen Zuhörern dass er alles schlechte verändern wird, doch er verschweigt auf welche Art und Weise er dies machen würde und gibt so jedem Menschen individuell einen Freiraum zur persönlicher Interpretation. Die FUD Strategie basiert sich mesitens darauf zu versprechen, Probleme zu lösen, aber ohne zu nennen, wie schnell und auf welche Art es gehen soll. (Bandler 1999: 89)

Andererseits, gibt es auch die indirekte Suggestion, die mit den Fragen arbeitet, um einen direkt ausgerichteten Befehl zu vermeiden. Solche Fragen verstecken direkte Aufforderungen, die dann meistens von den Hörern oder Lesern unbewusst aufgenommen und umgesetzt werden.

Beispiel: „Wollen Sie sich meiner Partei anschließen, so dass Sie die alle politischen Entwicklungen verfolgen können?“

Eine solche Formulierung enthält keinen direkten Befehl, sondern es wird dem Zuhörer suggeriert, dass er eigentlich eine Freiheit zum selber entscheiden hat, was besser ist, als zu sagen: „Sie müssen sich sofort meiner Partei anschließen!“

Auf die selbe Art und Weise funktioniert auch die Methode des versteckten Befehls. Der Befehl wird in eine positive harmlose Aussage verpackt.

Beispiel: „Im Fall, dass Sie sich der Partei anschließen, werden alle Neuichkeiten verfolgen können“.

Auf solche Weise wird dem Hörer vorgemacht, dass er interessante Neuichkeiten erleben und erfahren wird, falls er sich einer bestimmten Partei anschließt.

Eleanor Roosevelt sagte einmal:

„Die wichtigste Fähigkeit eines Politikers ist die Beherrschung der Kunst, auf einer Ebene zu sprechen und auf einer anderen Ebene zu denken!“ (Kirschner 2003: 187)

Ein Politiker macht sich immer gedanken darüber, was er mit dem Gesagten erreichen will.

7 Chomskys Theorie der Manipulation durch Medien

Über die Theorie der Manipulation der Öffentlichkeit, durch die Medien, kann man nicht sprechen, ohne natürlich den größten weltlich beeinflussenden Intellektuellen und amerikanischen Linguisten Noam Chomsky, zu nennen. Er hat sich in vielen seiner Werke mit der Politik, der Manipulation, Sprache und den Medien beschäftigt, bzw. wie die Medien mit den Menschen, ohne Zensur manipulieren. Deswegen hat er in seiner Theorie der Manipulation, durch die Medien, 10 Strategien der Manipulation aufgezählt²:

- 1) Die Umsteuerung, bzw. Ablenkung der Aufmerksamkeit – hier handelt es sich darum, die Aufmerksamkeit der Menschen von wichtigen zu den unwichtigen Problemen zu lenken. So beschäftigt sich die Öffentlichkeit mit irrelevanten Informationen, um so wenig wie möglich über die eigentlich wichtigen und relevanten Problemen mitzubekommen.
- 2) Das Schaffen von Problemen – diese Methode wird auch die „Problem-Reaktion-Lösung genannt“. Es muss ein Problem geschaffen werden, so dass mindestens ein Teil der Öffentlichkeit darauf reagieren kann. Zum Beispiel: Gewalt auslösen und übertragen, mit der Absicht, dass die Öffentlichkeit einfacher die Begrenzung von Freiheit oder die Wirtschaftskrise akzeptieren kann, oder um eine Systemänderung zu vermeiden.
- 3) Die Stufung von Änderungen – damit die Öffentlichkeit auf eine inakzeptable Änderung zustimmt, ist es nötig diese langsam und stufenweise einzuführen, monate - oder auch jahrelang. Änderungen, die auf eine Abwehr stoßen könnten, werden mit der Politik der kleinen Schritte eingeführt. So ändert sich die Welt mit der Zeit, so dass man gar nichts davon mitbekommt..
- 4) Aufschub von Änderungen – noch eine Weise für die Vorbereitung der Öffentlichkeit auf unpopuläre Veränderungen, ist, sie vorher anzukündigen. Die Menschen fühlen so nicht sofort die ganze negative Seite einer Änderung, weil sie sich zuvor auf die ganze Idee der Veränderung vorbereitet haben. Außerdem erleichtert auch die „kollektive Hoffnung auf eine bessere Zukunft“ die ganze Situation.

² Jaworski, Jascha, 10 Strategien der Manipulation.

<https://www.heise.de/tp/features/10-Strategien-der-Manipulation-revisited-3400057.html>

- 5) Das Sprechen zur Masse, wie zu kleinen Kindern – wenn man mit Erwachsenen, so wie mit kleinen Kindern spricht, werden zwei Effekte erreicht: die Öffentlichkeit verdrängt ihr kritisches Bewusstsein und die Botschaft hat eine stärkere Wirkung auf die Menschen. Dieses suggestive Mechanismus wird in einem großen Maße auch während den Werbungen benutzt.
- 6) Das Konzentrieren auf die Erweckung von Emotionen und nicht auf Reflexionen – der Missbrauch von Emotionen ist eine klassische Technik, die für das Auslösen eines Kurzschlusses gebraucht wird, und das alles während einer Überlegung der Vernunft. Das kritische Bewusstsein wird durch emotive Impulse ersetzt. Das Benutzen von Emotionen ermöglicht den Zugang zum Unbewussten, so dass es später leichter möglich ist, auf diesem Niveau Ideen, Wünsche, Sorgen oder Verhalten zu erzeugen.
- 7) Die Ignoranz der Gesellschaft aufrechterhalten – der ärmeren Schicht der Gesellschaft muss man den Zugang zu den Mechanismus, der Auffassung der Manipulation ihres Willens verunmöglichen. Die Qualität der Ausbildung der niedrigen gesellschaftlichen Schicht muss so schwach und niedrig wie möglich sein, so dass die Kluft zwischen der Ausbildung von höheren und niedrigeren Gesellschaftsschichten unüberbrückbar ist.
- 8) Die Entfaltung des Gedanken bei der Bevölkerung, dass sie durchschnittlich sei – die Öffentlichkeit muss man darin fördern, die Durchschnittlichkeit zu akzeptieren. Es ist nötig, die Menschen zu überzeugen, dass es erwünscht ist, dumm, vulgär und ungelehrt zu sein. Gleichzeitig muss man die Abwehr zur Kultur und Wissenschaft auslösen.
- 9) Das Wandeln von Widerstand, in das Gefühl des schlechten Gewissens – Man muss jeden einzelnen Menschen überzeugen, dass, nur und ausschließlich er für sein Unglück verantwortlich ist, wegen der Knappheit seines Wissens, begrenzter Leistungsfähigkeit oder ungenügender Mühe. Eine so unsichere und unterschätzte Einzelperson, belästigt mit dem Schuldgefühl, wird von der Suche von den wahren Gründen und Ursachen seiner Position und von der Empörung gegen das Wirtschaftssystem, ablassen.
- 10) Die Menschen besser kennenzulernen, als sie es selbst tun – die schnelle Entwicklung der Wissenschaft in den letzten 50 Jahren schafft einen wachsenden Abgrund zwischen dem Wissen der Öffentlichkeit, und denen, die es besitzen und benutzen, und das ist die herrschende Elite. Dank der Biologie, Neurobiologie und der praktischen Psychologie, hat „das System“ den Zugang

zum fortschrittlichen Wissen über den Menschen, auf psychischer und physischer Basis.

8 Beeinflussung und Sprache in der Politik

Die zweite Hälfte des verlaufenden Jahrhunderts war sehr turbulent, wie für die Gesellschaft, so auch für die Wissenschaft überhaupt, bzw. für die Linguistik. Es wird eine strenge formale Trennung von Wissenschaftlichen Disziplinen aufgegeben, und auf die Szene treten Interdisziplinarität und Funktionalismus. In der Linguistik kommt es zu einer bestimmten Sättigung, von, mit Formalismus generativen grammatik und zu einen bedeutenden Schwenkung – anstatt idealisierten grammatischen Einheiten, fängt man an, die Sprache so zu beschreiben, wie man sie auf den Straßen, in Klassenräumen, politischen Sprechbühnen und Arztpraxisen, trifft – der Fokus liegt auf der kommunikativen Aufgabe der Sprache. Ein bedeutender Beitrag dafür, war der Einfluss der Pragmatik, die, die Bedeutung in der Interaktion erforscht und beschreibt, das wir mit Hilfe der Sprache, Dinge tun, und welche Bedeutung sprachliche Aussagen in verschiedenen realen Situationen haben. Die Sprache wird als eine menschliche Tätigkeit im dialektischen Verhältnis mit der Gesellschaft und gesellschaftlichen Prozessen, beobachtet, und zeigt, die verborgenen und offenbaren Verhältnisse von Domination, Macht und Kontrolle, die in der Sprache Ungleichheit und Diskriminierung reproduzieren. Die Sprache ist eine gesellschaftliche Aktivität und außer ihrer kommunikativen Funktion, hat sie auch ihre manipulative Funktion. (Podboj 2011: 123)

8.1 Beispiele der Manipulation (Text – Kontext)

Die Politiker können zahlreiche Strategien der Manipulation benutzen, und dass auf allen linguistischen Ebenen. Als Beispiele werden hier Situationen und Beispiele, aus der Politik in Kroatien und anderen Ländern genannt, und diese dann analysiert, wo gezeigt wird, mit welchen Mitteln manipuliert wurde.

Sogar die phonetische Ebene kann in politische Zwecke benutzt werden, und dass wahrscheinlich beste klasische Besipiel dafür, ist die politikerin Margaret Thatcher, die ihre Aussprache und den Sprachton, auf eine bestimmte Weise angepasst hat, so dass sie so sympatisch und akzeptabel wie möglich bei den Publikum ankommen könnte.

Wenn man über die Manipulation mittels Lexik spricht, denkt man sofort an die aufgeblasene und phrasenhafte Sprache, die, die Politiker sehr viel nutzen, aber im Endeffekt nichts sagen. Beispielsweise hat ein kroatischer Journalist eine Vertreterin aus dem kroatischen Parlament – Marijana Petir, gefragt „Ob Kroatien ein sehr hoch oder niedrig verschuldetes Land ist?“, worauf ihre Antwort war: „Kroatien ist in den Maßen verschuldet, in denen sie es ertragen kann“. (Podboj 2011: 129)

Der Diskurs eines bekannten nigerianischen Diktators - Olusegun Obasanjo, wird ganz oft als Beispiel eines manipulativen politischen Diskurs genannt. Obasanjo benutzt deiktische Phrasen, zum Beispiel, wenn er über positive Eigenschaften von ihm als Präsidenten redet, dann benutzt er die deiktische Form „ich“. Andererseits, wenn er sich von negativen Vorgängen distanzieren will, dann benutzt er die Form „wir“, um die Verantwortung von sich zu lenken. (Podboj 2011: 129)

Jetzt kommt ein Beispiel aus der kroatischen Politik. Nach den kontroversen Rücktritt des Regierungschefs und Präsidenten der Partei HDZ, Ivo Sanader, im Juli des Jahres 2009., hat seine Funktionen, die Politikerin Jadranka Kosor übernommen. Die Partei hatte sowieso eine harte Zeit hinter sich, und sie musste noch zusätzlich alle negativen Seiten der Wirtschaftskrise verbessern, die man immer deutlicher in Kroatien spüren konnte. Am 31. 7. 2009., auf der 13. außerordentlichen Sitzung des kroatischen Parlaments, hatte sie eine Rede gehalten, aus der hier ein kurzer Teil steht, woraus ein Paar folgende Sätze rausgenommen wurden:

- 1) **Wir** alle müssen dessen bewusst sein, mit welchen Problemen Kroatien jetzt konfrontiert ist
- 2) Und **wir** müssen verstehen
- 3) Dass **wir** Mittel finden müssen, um auf diese Wirtschaftsrealität antworten zu können
- 4) Die harten Entscheidungen, die **wir** getroffen haben
- 5) Und über die **ihr** heute diskutieren werdet
- 6) Sind nach **unseren** Urteil zwangsläufig
- 7) **Wir** sind uns sicher
- 8) Dass **wir** uns erholen werden
- 9) Dass **wir** die Arbeitsplätze bewahren werden und die Kontrolle über die öffentlichen Finanzen erhalten werden, so dass **wir** auf den erneuten Wachstum zählen können, sobald sich die finanziellen Chancen stabilisieren

- 10) Wenn **wir** in dieser Situation nichts tun würden, dann könnte der Schaden sehr groß werden
 - 11) Natürlich rede **ich** alle diese Tage mit vielen Menschen aus Kroatien
 - 12) **Ich** weis alles, natürlich weis **ich** auch in meiner Familie über alle Ängste, Zweifel und alle Überlegungen, was die beste Lösung dafür wäre
 - 13) Natürlich gab es diese Tage viele Reden und Diskussionen in der kroatischen Öffentlichkeit, es gab natürlich auch Anfälle und Kritiken auf die Regierung
 - 14) Aber natürlich, sind **wir** deswegen hier, um dass alles ertragen zu können (...)
 - 15) Also, **wir** haben nur dieses eine Kroatien, und **wir** müssen kämpfen und alles dafür geben, dass es in jedem Sinn stabil ist
 - 16) So kann **ich** im Namen der Regierung, auf dessen Spitze ich stehe, sagen, dass es keinen Grund zur Angst gibt
 - 17) Dass **wir** alles dafür geben werden, dass es morgen besser und stabiler sein wird
 - 18) Und dass **wir** uns diese Tage bemühen werden
 - 19) Und **ich** habe auch schon angekündigt dass es keine Pause geben wird (...)
- (Podboj 2011: 130)

8.2 Analyse der Manipulation durch sprachliche Mittel - Pronomengebrauch als Manipulationsmittel

Personalpronomen, die hier in diesem Beispiel erscheinen, sind: **ich**, **wir** und **sie**. Das meist genannte Pronomen ist „ich“ und man kann drei Situationen ausschließen, in denen sie vorkommt:

- Auf den Bezug auf die kroatischen Bürger, Reihen: 1, 2, 6, 8, 15
- Auf den Bezug der Regierung (bzw. der Partei HDZ), Reihen: 3, 4, 7, 9, 10, 14, 17, 18
- Auf den Bezug der Vorsitzenden im Parlament, Reihen: 3, 10

Kosor spricht zu den kroatischen Bürgern und lädt sie ein, sich der Stabilisation der Wirtschaft mit ihr anzuschließen (Reihen: 2, 3, 8, 15). Außer den Bürger, meint sie dabei auch die Vorsitzende im Parlament, mit dem Insistieren mit Hilfe des Pronomen „wir“, und so wird die Verantwortung, die sie und ihre Regierung hat, verteilt.

Mit dem Verwenden des Pronomens „ich“ (Reihen: 11, 12, 16, 19), spricht Kosor über ihre Solidarität mit den kroatischen Bürgern, sie betont ihre positiven Eigenschaften,

die morale Prävalenz und Glaubwürdigkeit, und dies impliziert folgendes: alle die sich ihrer Politik widersetzen, sind nicht mitfühlend und sind moralisch diskreditiert. Doch, wenn sie eine schwere Wirtschaftssituation nennen muss, dann benutzt sie das Pronomen „wir“ (Reihen: 1, 3, 9, 15) und auf diese Weise lenkt sie den Fokus von sich, und distanziert sich von den negativen Aspekt der ganzen Situation. Wir können sagen, dass sie mit dem Benutzen von bestimmten Pronomen ihre positive Seiten betont hat, aber auch gleichzeitig die selben positiven Seiten bei der Opposition reduziert.

Das Beispiel der politischen Rede von Jadranka Kosor zeigt eine oft benutzte Strategie der Politiker, indem sie die negativen Seiten ihrer Gegner ausdrücken und auf diese Weise weichen sie schwere Themen für sich, aus, indem sie die Verantwortung auf andere verschieben.

9 Die Sprache der Medien beeinflusst das Denken

Am Anfang der Arbeit wurde die Frage gestellt, ob die Sprache das Denken beeinflusst oder geht dieser Prozess umgekehrt. Nach der Hypothese von Sapir und Whorf, als Begründung, dass die Sprache das Denken beeinflusst, stellt sich die Erweiterung der Frage wieder, wie dieser Prozess eigentlich möglich ist. Das Gehirn wird ständig von der Umwelt beeinflusst, sei es von dem, was wir sehen, hören oder lesen. Besonders in der heutigen Zeit, wenn man einen leichten Zugriff auf Informationen hat und dass alles dank der Medien, sei es das Internet, Fernseher, Zeitungen, Radio, Soziale Netzwerke usw. Ausgerechnet Worte, also die Sprache, ist das was man über diese Medien am leichtesten übertragen kann. So wird der Mensch täglich mit Werbesprache, Fachsprache und politischer Sprache „bombardiert“. Alles was in diesen Sprachsphären gesagt wird, hat großen Einfluss auf Menschen. Mit anderen Worten, werden die Gedanken von dem Gesagten, bzw. den Worten beeinflusst. Leider wird dieses dann oft missbraucht, um mit den Menschen manipulieren zu können, was in den vorherigen Beispielen hier gezeigt wurde. Oft läuft diese Manipulation ganz unbewusst, was auch ihre größte Gefahr für das „Opfer“ ist. So wird man oft „gezwungen“, eine Handlung auszuführen, die man sonst nicht machen würde. So schaffen es die Politiker, zum Beispiel, dass sie den Wahlkampf gewinnen, weil sie die Menschen von ihren Worten überzeugt haben, oder die Werbungen „zwingen“ einen auf eine ähnliche Weise, bestimmte Produkte zu kaufen. Der Beweis dafür, sind die Beispiele aus der Pharmazie, die ebenfalls hier genannt wurden. Die Kunden werden oft nach einer Werbung unbewusst „gezwungen“ ein Heilmittel zu kaufen, weil ihnen in der Werbung indirekt gesagt wurde, dass z.B. ein bestimmtes Mittel Schmerzen lindert und dass es ihnen danach besser gehen wird, da sie keine Schmerzen mehr empfinden werden. So erwecken solche Werbungen mit Hilfe der Sprache, das Gefühl von Hoffnung und Erleichterung, weil jemand die Lösung für ihre Probleme hat. Und genau so funktioniert diese Beeinflussung, weil es eine direkte Wirkung auf die Denkweise einer Person hat. „Wenn ich in die Apotheke gehe und mir das Heilmittel kaufe, besteht die Hoffnung und eine große Möglichkeit, dass meine Schmerzen aufhören, was eine große Erleichterung ist, und dies wird mich glücklicher machen“. So gerätet der Kunde, als Empfänger dieser Nachricht, die er über die Werbung bekommen hat, in eine „Falle“.

Der Grund, warum Worte einen solchen Einfluss auf das Gehirn haben, ist der, dass das Gedächtnis, die Denkweise und sogar der Wortschatz von der Umgebung und der

Umwelt abhängen. Eigentlich erschafft man, mit Hilfe der Sprache, die Welt in den Gedanken. Einen großen Teil dieser Umwelt bilden ausgerechnet die Medien, was noch ein Grund dafür ist, warum man von ihnen so stark beeinflusst und manipuliert werden kann.

Nicht alle werden und können im gleichen Maße beeinflusst und manipuliert werden, was von vielen verschiedenen Faktoren abhängt. Einige davon sind natürlich zuerst die Bewusstheit, dass man leicht manipuliert werden kann, und solche Personen sind dann schwerer zu manipulieren. Dann spielt noch der Grad der Ausbildung eine große Rolle, was ebenfalls in der Arbeit erwähnt und gezeigt wurde, weil man Personen mit einem niedrigeren Ausbildungsgrad leichter manipulieren kann - aus zahlreichen und verschiedenen Gründen. Natürlich kann eine Manipulation auch davon abhängen, je nachdem, in welchen Fachbereich man manipuliert wird, weil es leichter ist, einen Laien zu manipulieren, als eine „Fachperson“ die aus diesem bestimmten Fachgebiet kommt. Die Beispiele sind zahlreich, aber das waren nur einige davon.

Anschließend kann man sagen, dass die Macht der Worte groß und mehr als überzeugend ist. Die Sprache hat einen verblüffenden Einfluss auf die Art, auf die man denkt und dass erlaubt anderen (Medien, Politikern), Menschen durch Wörter unbewusst zu manipulieren. Dafür spricht auch die Tatsache, dass sogar die Muttersprache, die Welt die man sieht, beeinflusst.

10 Zusammenfassung

Nachdem es zum Ende dieser Abschlussarbeit gekommen ist, kann man sagen, dass die Sprache wirklich einen äußerst großen Einfluss auf das Denken allgemein hat. Dies wurde hier in der Arbeit auch noch deutlicher im Fall der Politik gezeigt, bzw. anhand der Anwendung der Sprache zum Zweck der Manipulation in den Medien, am Beispiel der Politik. Es wurden verschiedene Formen und Methoden einer solchen Manipulation genannt, wodurch klar geworden ist, wie beeinflussbar die Menschlichkeit in dieser Sphäre ist.

Schon nach der Sapir-Whorf Hypothese wurde klar, dass die Sprache das Denken im großen Maße beeinflusst, wonach erklärt war, was eine Sprachhandlung überhaupt zur Manipulation macht, mit welchen Mitteln das alles erreicht werden kann; und warum sie sich so gut mit der Politik verbinden lässt. Ebenfalls könnte dies nie so erfolgreich, ohne die Medienpräsenz, sein, da es so viel leichter ist einer gezielten Menschenmasse näher zu kommen.

Natürlich konnte so ein Thema nicht ohne Chomsky diskutiert werden, da er nicht nur als erfolgreicher Linguist tätig war, sondern; sich auch mit dem Bereich der Politik und Medien sehr viel beschäftigt hat, was die ideale Kombination ist, um die Thematik der Sprachmanipulation in diesem Bereich zu erforschen. Chomsky zeigt wie unbewusst die Prozesse der Manipulationen vorgehen, was auch das Ziel ist, weil; wenn Menschen sich nicht dessen bewusst sind, dass sie manipuliert werden, so können sie auch keinen Aufstand dagegen machen und sich nicht dagegen wehren.

Schließlich wurde ein Beispiel gezeigt, wo man sehen konnte, wie die Sprachmanipulation in der Politik angewendet wird und gezeigt, mit welchen Mitteln manipuliert wurde. Zum Schluss wurde auf die Antwort, die am Anfang gestellt wurde, beantwortet, unswar ist es wirklich die Sprache die beeinflusst, und das Denken ist so davon abhängig und manipuliert.

Der Begriff der Manipulation ist an sich nicht so negativ, wie er eigentlich im Leben verwendet wird, was schon seit dem Ende der 60-er Jahre der Fall ist. Die Manipulation selbst, erfolgt in den meisten Fällen durch die Sprache, da es so am leichtesten ist, Meinungen zu beeinflussen. Eine gute und gelungene Sprachmanipulation benötigt allerdings bestimmte Techniken (wie Floskeln, Slogans, die NLP Technik, die „weg von und hin zu“ Technik usw.), um zum Ziel kommen zu können. Das interessante ist,

dass die NLP Technik zuerst als Therapie entwickelt und genutzt wurde, es aber später dazu kam, dass es wegen den Politikern, die es als Manipulationsmittel genutzt haben, zum Missbrauch dieser Technik führte. Es gibt auch andere Mittel, mit denen die Politiker zu ihren Zielen kommen, wie die Verbreitung von Angst, die „Verpackungsmethode“ und andere diverse Tätigkeiten.

Diese Arbeit hat einen Überblick über verschiedene manipulativen Techniken der Werbung und Politik gegeben, die im Alltagsleben immer wieder zum Einsatz kommen. Natürlich ist dies ein sehr großes Thema, und man kann natürlich nicht auf alle Probleme eingehen und sie lösen, aber es bleibt die Hoffnung, dass es mit dieser Arbeit gelungen ist, dem Problem der Sprachmanipulation in der Politik ein bisschen näher zu kommen.

11 Literaturverzeichnis

- 1) Bandler, Richard (1999): *Die Schatztruhe. NLP im Verkauf. 3. Auflage.* Paderborn: Junfermannsche Verlagsbuchhandlung
- 2) Burck, Eskil (2018): *Das manipulierte Gehirn. Psychologie der unbewussten Beeinflussung.* Norderstedt: BoD – Books on Demand
- 3) Chomsky, Noam (2003): *Media Control - Wie die Medien uns manipulieren (Aus dem Amerikanischen von Michael Haupt).* Hamburg: Europa Verlag GmbH
- 4) Elsen, Hilke (2008): *Manipulation aus sprachlicher Sicht – ein Überblick. In: Wirkendes Wort : deutsche Sprache und Literatur in Forschung und Lehre, Vol. 58.* WVT Wissenschaftlicher Verlag Trier
- 5) Gojmerac, Mirko (1992): *Einführung in die Linguistik.* Zagreb: Zavod za lingvistiku Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu
- 6) Isert, Bernd (2005): *Die Sprache der Veränderung. Schätze aus NLP und Hypnotherapie.* Freiburg: VAK Verlag GmbH
- 7) Kay, Paul, Kempton, Willett (1984): *What is the Sapir-Whorf Hypothesis?* American Anthropological Association: Article in American Anthropologist
- 8) Kirschner, Josef (2003): *Manipulieren - aber richtig. 8. Auflage.* München: Knaur Taschenbuchverlag
- 9) Kišiček, Gabrijela (2018): *Retorika i politika.* Zagreb: Naklada Jesenski i Turk
- 10) Podboj, Martina (2011): *Manipulacija u političkom diskursu – kritički pristup.* Osijek: Hrvatska: Studentski jezikoslovni časopis.
- 11) Whorf, Benjamin Lee (1963): *Sprache, Denken, Wirklichkeit. Beiträge zur Metalinguistik und Sprachphilosophie. (Herausgegeben und Übersetzt von Peter Krausser).* Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, Reinbek bei Hamburg
- 12) Wittgenstein, Ludwig (1999): *Tractatus Logico-Philosophus.* New York: Dover Publications Inc.
- 13) Woodsmall, Wyatt, Woodsmall, Marilynne (1998): *Auf dem Weg zu exzellenter Kommunikation. Die neun Schlüssel zum persönlichen und beruflichen Erfolg. 2. Auflage.* Paderborn: Junfermannsche Verlagsbuchhandlung

12 Quellenverzeichnis

- 1) Beeinflussung – Manipulation - Propaganda (1992, modifiziert 2005).
<http://www.rhetorik.ch/Beeinflussen/Beeinflussen.html> (30. 8. 2018).
- 2) Die Macht der Worte (9. 10. 2012, modifiziert 21. 2. 2017).
<http://www.zeit.de/zeit-wissen/2012/06/Sprache-Worte-Wahrnehmung> (30. 8. 2018).
- 3) Manipulation durch Medien, Politik und Werbung – Psychologie (veröffentlicht 24. 2. 2018) <https://www.youtube.com/watch?v=ECyDEoFc1WA&t=67s> (30. 8. 2018.)
- 4) Öffentlichkeitsarbeit (PR) kompakt: von Definition über Ziele bis zu Maßnahmen (5. 9. 2007). <https://meiert.com/de/publications/articles/20070905/> (30. 8. 2018.)
- 5) The master of manipulation (6. 11. 2015.) <https://www.usnews.com/news/the-report/articles/2015/11/06/trump-is-a-master-at-manipulating-the-media> (30. 8. 2018).
- 6) Trump has turned words into weapons. And he's winning the linguistic war (2018.) <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jun/13/how-to-report-trump-media-manipulation-language> (30.8. 2018).
- 7) 10 Strategien der Manipulation. (10. 8. 2013.) <https://www.heise.de/tp/features/10-Strategien-der-Manipulation-revisited-3400057.html> (30. 8. 2018)

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die am heutigen Tag abgegebene Bachelor-/Master-Arbeit selbständig verfasst und ausschließlich die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Rijeka, den 30. 8. 2018, Unterschrift _____